

Frankfurt, 14. Oktober 2019

PINK CARROTS bringt Kampagne „Erkältung“ in LINDA Apotheken

Auftakt des neuen Kampagnenauftritts für Deutschlands größte Dachmarke im inhabergeführten Apothekensegment

Neu, frisch und ein wenig frech spielt die erste Kampagne von PINK CARROTS das Thema „Erkältung“ in den LINDA Apotheken. Die Kampagne zum Start der Erkältungssaison ist der Auftakt der Zusammenarbeit der LINDA AG, Köln, mit PINK CARROTS Communications, Frankfurt. Vorangegangen war ein Auswahlverfahren im Herbst 2018, bei dem ein neuer Kreativ-Partner im Bereich Kampagne gesucht wurde. „Wir haben uns“, so Vanessa Tscholl, Leiterin Marketing & Kommunikation bei der LINDA AG, „für PINK CARROTS entschieden, weil die Agentur über langjährige Erfahrung in der Healthcare-Kommunikation in Kombination mit kreativen und ungewöhnlichen Ideen bei der Umsetzung verfügt. Und nicht zuletzt hat die „Chemie“ zwischen unseren Teams gestimmt.“

Die Kampagne läuft vom 1. Oktober bis zum 15. November 2019. „Gemeinsam möchten wir die rund 1.000 LINDA Apotheken bestens für die ‚Erkältungssaison‘ rüsten“, bekräftigen Alexandra Schindler, Senior Marketing Managerin bei der LINDA AG, und für die Kampagnen-Steuerung verantwortlich und Alessa Callenberg, Account Director bei PINK CARROTS.

Sämtliche Aktivitäten basieren auf zwei Säulen: Erarbeiten eines Visual Konzepts und kanalübergreifende Umsetzen aller Materialien. Diese reichen von einem B2B Kampagnen-Leitfaden für das Apothekenteam, einem Kampagnen- und Gewinnspielplakat, einem Gewinnspiel-Flyer bis hin zu einem Schaufenster-Aufkleber, einem Kampagnen-Aufsteller, Dekorations-Würfel, Anzeigen- und ApoTV-Vorlagen und vielen weiteren Unterlagen zur Einbindung in die digitalen Medien (360° Kommunikation). „Sämtliche Kreativ-Contents zu LINDA Kampagnen werden integriert und kanalübergreifend eingesetzt, so auch in der reichweitenstarken Apotheken Umschau mit dem LINDA Beihefter namens „LINDA SPEZIAL“, Facebook, Instagram, linda.de, den 24/7 Apotheken Onlineshops, Apotheken-Homepages etc. PINK CARROTS orientiert sich bei der Ausgestaltung eng an den analysierten Personae sowie deren Customer Journey inkl. der konsumierten Touchpoints, betont Vanessa Tscholl.“

Frankfurt, 14. Oktober 2019

Zu LINDA Apotheken / LINDA AG

Die LINDA Apotheken sind ein qualitätsorientierter Zusammenschluss eigenständiger Apotheker, die den kommunikativen Vorteil der Dachmarke LINDA im Dialog mit der Öffentlichkeit und den Kunden nutzen. Die LINDA Apotheken stehen für Qualität, verbraucherorientiertes Marketing und besondere Kundennähe. Mit rund 1.000 angeschlossenen Apotheken ist LINDA die deutschlandweit größte und bekannteste Premium-Apothekendachmarke selbstständiger Apotheker und Marktführer in ihrem Segment¹. Dies bestätigen die Ergebnisse verschiedener unabhängiger, repräsentativer Studien renommierter Institutionen: Mehr als 60 Prozent der Bevölkerung kennt die LINDA Apotheken². LINDA Apotheken verfügen über die beste Beratung³, einen ausgezeichneten Service^{3,4} und den besten Markenauftritt^{5,6,7}, das höchste Vertrauen⁸ und das beste Kundenmarketing⁹. Die Qualitätsdachmarke LINDA wurde 2017 mit dem 1. Platz/Gold des German Brand Awards ausgezeichnet. Darüber hinaus zeichnete die Zeitschrift FOCUS-MONEY die LINDA Apotheken für die „höchste Weiterempfehlung“ von Kunden aus, das HANDELSBLATT vergab den 1. Platz im Branchenvergleich „Deutschlands beste Händler“ an die LINDA Apotheken^{10,11}. In der Favoritenstudie der Sempora Consulting GmbH belegt LINDA zudem den ersten Platz in der Kategorie 'Freiwahlkonzepte'¹². 2019 wurde das pharmazeutische Kompetenz-Tool „LINDA Interaktionsmanagement“ („LIAM“) mit dem Vision.A Award Gold ausgezeichnet.¹³ Die LINDA AG ist Eigentümerin der Apothekendachmarke LINDA Apotheken. Sie setzt sich für eine zukunftsorientierte Positionierung der selbstständigen inhabergeführten Apotheken, unter besonderer Wahrung derer Eigenständigkeit und Unabhängigkeit, ein. Sitz der LINDA AG ist Köln.

¹Platz 1 "Beste Apothekenkooperation", u.a. Kategorie überregionale, GH-orientierte Kooperationen, Kooperations-Award PharmaRundschau 2012, 2013, 2014, 2015; inspirato Industry Award 2017, Platz 1 Apothekenkooperationen, „Zukunft Apotheke 2017“; ²Marktforschungsergebnis unter Verbrauchern 2015; targeted Marketing Research & Consulting, Frankfurt a.M.; ³Testsieger "Apothekenkooperationen Beratung & Service" 9/2012 & 09/2014 und 10/2016, DtGV (Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH) und N24; DtGV-Service-Award 2017, „Beratung vor Ort“ im Segment Gesundheit, DtGV (Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH) und N24; Platz 2 „Beste Servicequalität“ 2016/2017 in der Kategorie Lebensmittel & Gesundheit, stat. Einzelhandel: Apotheke, Platz 3 „Beste Servicequalität“ 2017/2018 in der Kategorie Apotheke, stat. Einzelhandel, TEST Bild; ⁴Nr. 1 der Apotheken-Kooperationen, Studie "Service-Champions" 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 und 2018, Service Value GmbH und DIE WELT; ⁵Sempora-Studie 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016; Sempora Consulting GmbH; ⁶Goldmedaille in der Kategorie "Marketing", coop-Studie 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, Apotheken Management-Institut; Platz 1 "Beste Marketingunterstützung" & "Zukunftsfähigkeit", Apotheken Management Institut, Coop Study 2017, Platz 1 "Innovationskraft", "Beste Marketingunterstützung" & "Beste Gewinnorientierung" Coop Study 2018; Platz 1 "Beste Marketingunterstützung" & "Bestes Category Management" Coop Study 2019; ⁷„Gold“-Auszeichnung für „LINDA“ sowie Prädikat „Special Mention“ für „greenLINDA“, German Brand Award 2017; Auszeichnung zur "Marke des Jahrhunderts" in der Produktgattung Apotheke, Markenpreis des Verlags Deutsche Standards Editionen GmbH, 2012, 2015 & 2016; ⁸Nr. 1 der Apothekenkooperationen, Auszeichnung "Höchstes Kundenvertrauen" 2014, 2015, 2016 & 2017, Service Value GmbH, WirtschaftsWoche Ausgabe 40/2014, 47/2015, 48/2016 & 41/2017; ⁹Auszeichnung für das "Beste Kundenmarketing", Inspirato Pharma Marketing Award 2015; ¹⁰Branchensieger „Von Kunden empfohlen, höchste Weiterempfehlung“ FOCUS-MONEY in Zusammenarbeit mit der Service Value GmbH, Ausgabe 27/17; Gesamtwertung "sehr gut"/Auszeichnung "Fairster Apothekenverbund", 2014, 2015, 2016, FOCUS-MONEY in Zusammenarbeit mit der Service Value GmbH, Ausgabe 36/2014, im Test 11 Apothekenverbünde, Ausgabe 36/2015, im Test 11 Apothekenverbünde; Ausgabe 36/2016, im Test 10 Apothekenverbünde; Ausgabe 27/2018 ¹¹Platz 1 „Deutschlands beste Händler“ in der Branche „Apotheken-Kooperationen“, HANDELSBLATT in Zusammenarbeit mit der Service Value GmbH, März 2019; ¹²Platz 1 für das beste Freiwahlkonzept, Favoritenstudie der Sempora Consulting GmbH, 2016; ¹³Goldauszeichnung in der Kategorie „Apps & Co Apothekenteams“, Vision.A – Die Digitalkonferenz von apotheke adhoc, 2019.

Über PINK CARROTS

PINK CARROTS ist eine inhabergeführte, interdisziplinäre Agentur für integrierte Kommunikation in den Bereichen B2B und Consumer sowie für die Fachdisziplin Health. Seit mehr als 20 Jahren schafft sie nachhaltige Werte für nationale und internationale Kunden. Das Team aus 40 Mitarbeitern für strategische und kreative Markenführung umfasst Spezialisten aus Strategie, Brand Activation, Digital und Design sowie für den Health- und Pharma-Bereich Medical Writing und Public Relations. Referenzen sind unter anderem AbbVie, Bayer Health Care, Berlin-Chemie, Boehringer Ingelheim, Carl Zeiss, CSL Behring, Fresenius SE, Glenmark, MERCK, Novartis und Novo Nordisk. PINK CARROTS steht für einen frischen, agilen Ansatz und aufmerksamkeitsstarke Lösungen, die vielfach ausgezeichnet werden. Die Agentur ist Mitglied des GWA (Deutschlands führende Agenturen), einem Gütesiegel für effektive Kommunikationsqualität.

Kontakt

Christoph Witte, geschäftsführender Gesellschafter

PINK CARROTS Communications GmbH GWA

Solmsstraße 4, 60486 Frankfurt/Main, Telefon 069/4272614-444

E-Mail christoph.witte@pinkcarrots.com, www.pinkcarrotshealth.com